

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis maka kesimpulan penelitian ini adalah:

1. *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Deviti pada *E-Commerce* Shopee. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) diterima. Indikasi dari hasil tersebut yaitu apabila *review* banyak serta positif maka tingkat pembelian produk Deviti pada *E-Commerce* Shopee meningkat. Sebaliknya, apabila *review* konsumen cenderung negatif maka kemungkinan tingkat pembelian produk Deviti pada *E-Commerce* Shopee akan menurun.
2. *Online customer rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Deviti pada *E-Commerce* Shopee. Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) diterima. Indikasi dari hasil tersebut apabila *rating* bernilai tinggi (bintang 5) maka tingkat pembelian produk Deviti pada *E-Commerce* Shopee meningkat. Sebaliknya, apabila *rating* bernilai rendah (1-4) maka kemungkinan tingkat pembelian produk Deviti pada *E-Commerce* Shopee akan menurun.
3. *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Deviti pada *E-Commerce* Shopee. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H_3) diterima. Indikasi dari hasil tersebut apabila kualitas pelayanan *online* (*e-service quality*) memiliki ketanggapan yang cepat dan tepat serta adanya rasa kenyamanan maka tingkat pembelian produk Deviti pada *E-Commerce* Shopee meningkat. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan *online* (*e-service quality*) lelet dan masa bodoh serta tanpa adanya rasa kenyamanan maka kemungkinan tingkat pembelian produk Deviti pada *E-Commerce* Shopee akan menurun.

5.2 Saran

Melihat hasil skor terendah dari empat variabel pada penelitian ini. Skor terendah pada variabel *online customer review* adalah senilai 3,97 “Saya cenderung akan mencari alternatif produk lain apabila terdapat *review* negatif pada produk Deviti”. Hasil ini bagus untuk deviti artinya banyak juga dari konsumen yang tetap akan melakukan keputusan pembelian meskipun terdapat *review* negatif. Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen bisa dengan memberikan produk yang bagus dalam segi *packaging* dan pengemasan barang agar *review* yang diberikan konsumen sebelumnya bersifat positif yang dapat memikat konsumen lain untuk membeli produk deviti.

Skor terendah pada variabel *online customer rating* adalah senilai 4,20 “*Rating* yang diberikan konsumen pada *E-Commerce* Shopee tentang produk Deviti berguna dalam menilai baik dan buruknya produk”. Hal ini dapat diartikan produknya memang bagus jika melihat konsumen tidak begitu peduli pada *rating*. *Rating* berupa bintang dengan skor 1 sampai 5 menunjukkan kepuasan konsumen dalam menerima dan memakai barang yang telah dibeli pada *marketplace*. Semakin banyak konsumen memberikan bintang 5 maka semakin puas dengan barang tersebut. Deviti perlu meningkatkan kepuasan konsumen dengan membuktikan bahwa barang yang di pesan sesuai dengan pesanan konsumen guna meningkatkan performa *marketplace* menjadi lebih baik dan bisa dikenal khalayak umum.

Skor terendah pada variabel *e-service quality* adalah senilai 3,85 “Saya merasa *seller* Deviti tanggap akan pengiriman barang yang tertunda”. Hal ini dapat diartikan bahwa pelayanan *online* juga harus diperhatikan dan ditingkatkan dengan memberikan kenyamanan pada konsumen. Pelayanan yang cepat dan tanggap dapat membuat konsumen nyaman saat berbelanja karena pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen.

Skor terendah pada variabel keputusan pembelian adalah senilai 3,86 “Saya membeli produk Deviti atas saran orang lain”. Deviti perlu berbagi konten yang dapat membangun hubungan dengan konsumen seperti menampilkan video testimoni dan memperkenalkan produknya dengan cara memasarkan lewat *E-commerce* yang

sedang *trend* yaitu melakukan *live* di Tiktok maupun *live* di Shopee, bisa juga melakukan pemasaran melalui bazar di setiap daerah atau kota. Pastikan proses pembelian serta pelayanan konsumen berjalan dengan lancar, pengalaman dari konsumen sebelumnya yang baik dapat merekomendasikan produk ke orang lain.